

**MENCAIRNYA IDENTITAS MAHASISWA MELALUI
SECOND ACCOUNT DI *INSTAGRAM***

**(Studi Kasus: 8 Mahasiswa Universitas Negeri Jakarta Pengguna Dua Akun
Instagram)**

Fioreza Fahira Zahra

1405618064

**Skripsi ini ditulis untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan dalam
Memperoleh Gelar Sarjana Pendidikan (S.Pd)**

PROGRAM STUDI PENDIDIKAN SOSIOLOGI

FAKULTAS ILMU SOSIAL

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2022

ABSTRAK

Fioreza Fahira Zahra, Mencairnya Identitas Mahasiswa Melalui *Second Account* di *Instagram* (Studi Kasus: 8 Mahasiswa Universitas Negeri Jakarta Pengguna Dua Akun *Instagram*). Skripsi. Jakarta: Program Studi Pendidikan Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Jakarta, 2022.

Penelitian membahas tentang fenomena mencairnya konstruksi identitas mahasiswa di *Instagram*. Terdapat tiga tujuan penelitian. *Pertama* mendeskripsikan latar belakang mahasiswa membuat dua akun *Instagram*, *kedua* mendeskripsikan konstruksi identitas mahasiswa di dua akun *Instagram*, dan *ketiga* implikasi penggunaan dua akun *Instagram* terhadap identitas mahasiswa.

Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian berupa studi kasus. Peneliti mengambil data primer melalui wawancara mendalam serta data sekunder melalui pengamatan, dokumentasi, dan kajian literatur. Subjek penelitian ini adalah delapan orang mahasiswa UNJ yang berusia sekitar 17-22 tahun dan memiliki *Second Account Instagram*. Lokasi penelitian berfokus pada dua *Profile* akun mahasiswa di *Instagram*. Penelitian dilakukan dari bulan Februari 2022 hingga bulan Mei 2022.

Hasil temuan dari penelitian menunjukkan bahwa latar belakang mahasiswa membuat dua akun adalah karena adanya bias berekspresi karena *social media surveillance* dan anonimitas di dunia maya. Mahasiswa melakukan konstruksi identitas yang berbeda-beda sesuai dengan persona mereka pada *First Account*. Persamaanya terletak pada konsep identitas ideal yang dimiliki pada akun tersebut. Sementara itu, mereka menampilkan identitas yang berbeda kepada audiens dengan karakteristik yang juga berbeda di *Second Account*. Para mahasiswa dapat mengkonstruksi identitas apa saja yang mereka inginkan di *Second Account*. Penggunaan dua akun secara berkelanjutan menghadirkan beberapa implikasi, seperti membuat identitas mahasiswa menjadi terfragmentasi. Kemudian terlatih untuk memberikan penampilan identitas yang berbeda. Lebih bebas berekspresi di dunia maya dan terbuka dengan masyarakat digital mengenai kepribadiannya yang lain. Menerima perbedaan dengan identitasnya yang cair. Lalu, mereka juga mengalami eksplorasi identitas yang mengantarkan pada penemuan dan pengembangan diri. Di sisi lain adapula perasaan akan krisis identitas dan dilemma akan penampilan otentik di dunia maya.

Kata Kunci: Fragmentasi Identitas, *Instagram*, Mahasiswa

ABSTRACT

Fioreza Fahira Zahra, *The Fluidity of Student Identity Through Second Accounts on Instagram (Case Study: 8 Jakarta State University Students Who Use Two Instagram Accounts)*. Thesis. Jakarta: Sociology Education Study Program, Faculty of Social Sciences, Jakarta State University, 2022.

This study discusses the phenomenon of students' identity fluidity on Instagram. This study has three main objectives. First it aims to describe the background of students creating two Instagram accounts. Second it aims to describe the construction of student identities on two Instagram accounts. Third, it aims to describe the implications of using two Instagram accounts on student identity.

The research uses a qualitative approach with a case study type of research. Researchers took primary data through in-depth interviews and secondary data through observation, documentation, and literature review. The subjects of this study were eight State University of Jakarta students aged around 17-22 years and had a Second Account. The research location focuses on two student account profiles on Instagram. The research started from February 2022 to May 2022.

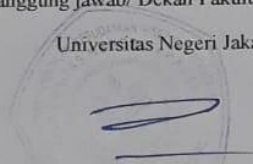
The findings from this study show that the background of students creating two accounts is because there is a bias in expression due to social media surveillance and anonymity in cyberspace. Students construct different identities according to their personas on the First Account. The similarity lies in the concept of an ideal identity that belongs to the account. Meanwhile, they present a different identity to the audience with different characteristics in Second Account. Students can construct any identity they want in Second Account. The continuous use of two accounts has several implications, such as fragmenting student identities. Next, they are trained to give the appearance a distinct identity. More freedom of expression in cyberspace and open with the digital community about their other personalities. Accepting differences with his fluid identity. Then, they also experience identity exploration which leads to self-discovery and development. On the other hand, there is also a feeling of identity crisis and the dilemma of authentic appearance in cyberspace.

Keywords: *Identity Fragmentation, Instagram, Students*

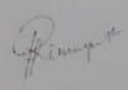
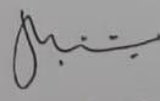
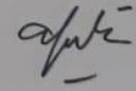

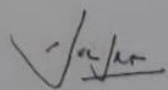
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Penanggung jawab/ Dekan Fakultas Ilmu Sosial
Universitas Negeri Jakarta



Prof. Dr. Sarkadi, M.Si
NIP. 19690704 199403 1 002

No.	Nama	TTD	Tanggal
1.	Ketua Sidang <u>Prima Yustitia N.I, S.KPm, M.Si</u> NIP. 19890123 201903 2 017		27 Agustus 2022
2.	Sekretaris Sidang <u>Suyuti, S.Pd.I., M.Pd</u> 19840116 201903 1 005		27 Agustus 2022
3.	Penguji Ahli <u>Abdi Rahmat, M.Si</u> 19730218 200604 1 001		27 Agustus 2022
2.	Dosen Pembimbing 1 <u>Rakhmat Hidayat, PhD</u> NIP. 19800413 2005011001		27 Agustus 2022
3.	Dosen Pembimbing 2 <u>Devi Septiandini, M.Pd</u> NIDK. 8841290019		27 Agustus 2022

Tanggal Lulus: 23 Agustus 2022

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama: Fioreza Fahira Zahra

NIM: 1405618064

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul “Mencairnya Identitas Mahasiswa Melalui *Second Account* di *Instagram* (Studi Kasus: 8 Mahasiswa Universitas Negeri Jakarta Pengguna Dua Akun *Instagram*)” adalah benar-benar hasil karya saya sendiri. Saya telah mengikuti kaidah penelitian karya ilmiah yang sesuai dengan prosedur dan ketentuan yang ditetapkan. Sehingga di dalam penelitian ini tidak ada unsur plagiarisme dari temuan manapun. Sebagai peneliti saya siap untuk menerima sanksi yang akan diberikan jika terdapat unsur plagiarisme dalam karya ilmiah ini.

Bogor, 15 Agustus 2022

A handwritten signature in black ink is written over a portion of a 10,000 Indonesian Rupiah banknote. The banknote is partially visible, showing the number '10000' and the serial number 'E2FAAAK018811051'. The signature is written in a cursive style.

Fioreza Fahira Zahra

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
UPT PERPUSTAKAAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220
Telepon/Faksimili: 021-4894221
Laman: lib.unj.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika Universitas Negeri Jakarta, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : FLOREZA FAHIRA ZAHRA
NIM : 1405618064
Fakultas/Prodi : FAKULTAS ILMU SOSIAL/ PENDIDIKAN SOSIOLOGI
Alamat email : fiorezafahira@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

Skripsi Tesis Disertasi Lain-lain (.....)

yang berjudul :

Mencairnya Identitas Mahasiswa Melalui Second Account di Instagram
(Studi Kasus : 8 Mahasiswa Universitas Negeri Jakarta Pengguna Dua Akun Instagram)

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 01 September 2022

Penulis


nama dan tanda tangan
FLOREZA FAHIRA ZAHRA

MOTTO

“What's yours will find you.”

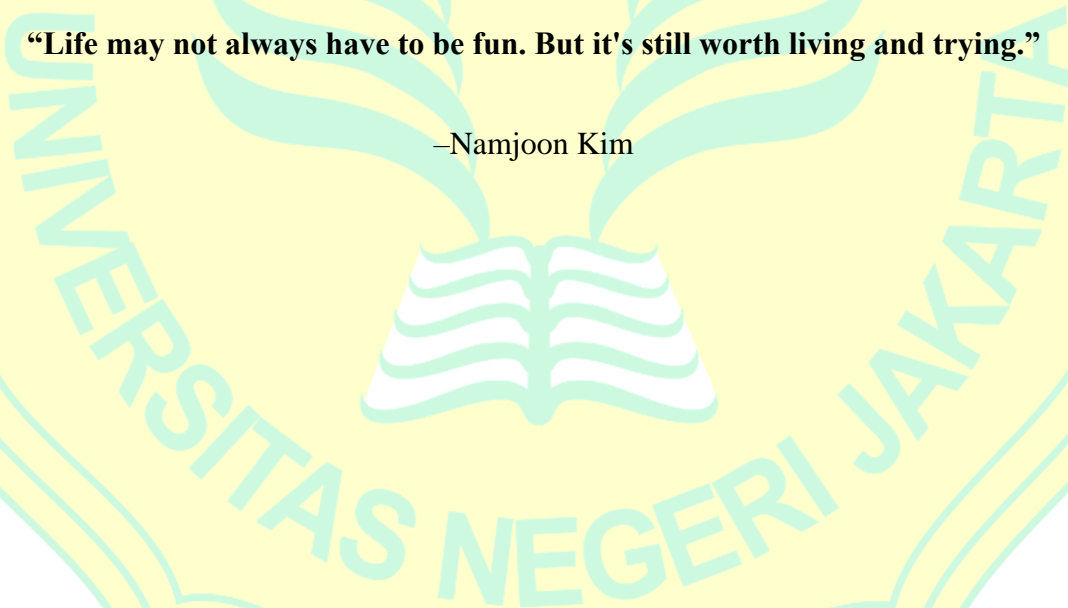
–Ali bin Abi Thalib

“Always do your best, and everybody’s best is different. You can’t always be the best but you can always do your best.”

–Janet, The Great British Bake Off

“Life may not always have to be fun. But it's still worth living and trying.”

–Namjoon Kim

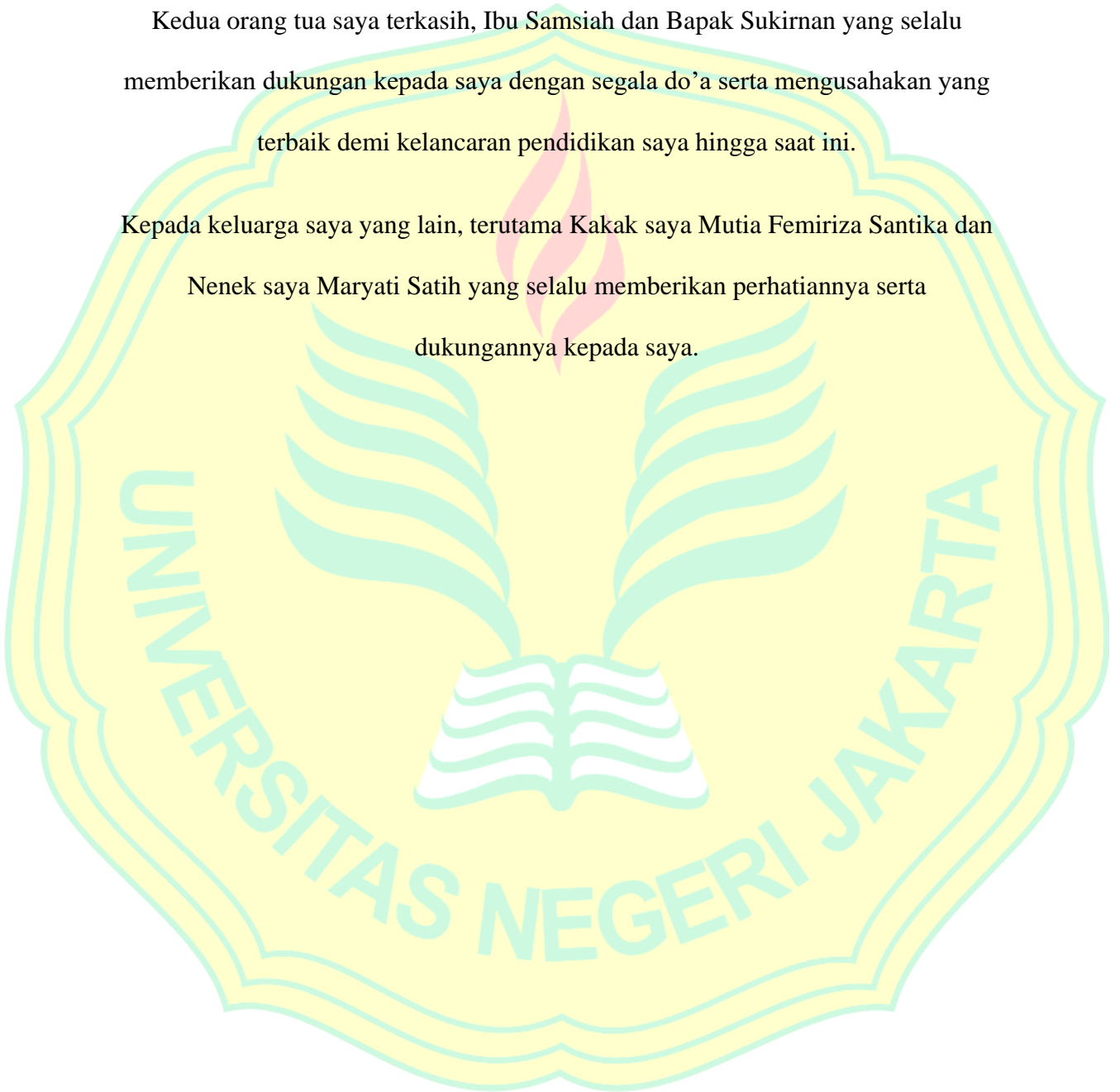


LEMBAR PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

Kedua orang tua saya terkasih, Ibu Samsiah dan Bapak Sukirnan yang selalu memberikan dukungan kepada saya dengan segala do'a serta mengusahakan yang terbaik demi kelancaran pendidikan saya hingga saat ini.

Kepada keluarga saya yang lain, terutama Kakak saya Mutia Femiriza Santika dan Nenek saya Maryati Satih yang selalu memberikan perhatiannya serta dukungannya kepada saya.



KATA PENGANTAR

Segala puji syukur peneliti panjatkan kepada Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa, Tuhan Yang Maha Pengasih Lagi Maha Penyayang. Karena berkat segala rahmat dan karunia-Nya lah peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Mencairnya Identitas Mahasiswa Melalui *Second Account* di *Instagram* (Studi Kasus: 8 Mahasiswa Universitas Negeri Jakarta Pengguna Dua Akun *Instagram*)” ini. Kemudian, tidak lupa shalawat serta salam peneliti tujukan kepada junjungan besar Nabi Muhammad SAW yang syafaat-nya selalu dinantikan.

Pada penyusunan skripsi yang disusun oleh peneliti selama ini tentu tidak lepas dari bantuan berbagai pihak. Berkat bantuan yang diberikan peneliti akhirnya dapat menyelesaikan penelitian ini dengan baik. Maka dari itu, pada kesempatan kali ini peneliti ingin mengucapkan rasa terima kasih kepada:

1. Prof. Dr.Sarkadi, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Jakarta.
2. Suyuti, S.Pd.I., M.Pd selaku koordinator Program Studi Pendidikan Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Jakarta.
3. Rakhmat Hidayat, PhD selaku Dosen Pembimbing I yang telah membimbing peneliti mulai dari penyusunan RC hingga rampungnya skripsi ini. Terima kasih atas waktu yang telah diberikan dan perhatiannya terhadap skripsi peneliti dengan memberikan saran serta masukan yang membangun sehingga hasil dari skripsi ini dapat menjadi lebih baik.

4. Devi Septiandini, M.Pd selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan kritik dan saran yang membangun sehingga memotivasi peneliti untuk memperbaiki segala kekurangan yang ada. Terima kasih atas waktu dan perhatiannya selama ini, bimbingan dari Ibu amat sangat berarti sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan hasil yang lebih baik.
5. Prima Yustitia N.I, S.KPm, M.Si selaku Ketua Sidang Seminar Proposal Skripsi yang telah memotivasi peneliti untuk melanjutkan skripsi ini hingga akhir.
6. Seluruh Dosen Pengajar Program Studi Pendidikan Sosiologi yang senantiasa telah berbagi ilmunya melalui proses pembelajaran di kelas dan memberikan pengalaman yang semakin membuka wawasan peneliti dalam memandang dunia. Segala hal yang telah dilalui selama ini sangat berarti bagi peneliti. Semoga Bapak/Ibu senantiasa diberikan perlindungan Allah SWT.
7. Mba Yusliana selaku staff administrasi program studi Pendidikan Sosiologi yang selalu memberikan berbagai informasi perkuliahan dan bantuan lainnya yang berkaitan dengan perkuliahan kepada peneliti.
8. Keluarga peneliti yang sangat berharga, terutama Ibu Samsiah dan Bapak Sukirnan atas segala do'a dan dorongannya yang membuat peneliti bertahan serta berjuang hingga saat ini. Kemudian Kakak yang paling hebat, Mutia Femiriza Santika yang telah memberikan waktu dan perhatiannya kepada peneliti, membuat peneliti selalu terhibur dan merasa

beruntung. Tidak lupa kepada Maryati Satih, nenek peneliti yang selalu menemani dan mendo'akan peneliti dalam menempuh pendidikan.

9. Delapan orang Mahasiswa UNJ dari berbagai Fakultas dan Prodi yang bersedia menjadi informan kunci pada penelitian ini, yaitu YA, BI, FH, BA, KA, LK, N, serta KS. Terima kasih atas waktu dan keterbukaannya, telah mempercayakan peneliti, serta bersikap kooperatif selama proses penelitian berlangsung. Kemudian, tidak lupa rasa terima kasih peneliti ucapkan kepada informan validasi yang telah membantu untuk menyempurnakan hasil penelitian pada skripsi ini.

10. Seluruh teman-teman Pendidikan Sosiologi B yang telah bersama-sama dengan peneliti sejak awal semester, terutama Dewi Nursafala. Seseorang yang tidak diduga-duga menjadi orang yang pertama menggapaikan tangannya kepada peneliti dan hingga saat ini masih bersedia menggenggam tangan peneliti. Bersedia menjadi tempat berbagi cerita dengan selalu menyambut berbagai pesan dari peneliti, yang tak jarang *random*. Tidak ragu-ragu untuk selalu memberikan pertolongan kepada peneliti dan hadir ketika peneliti mengalami kesulitan.

11. Caca, Zulfa dan Kak Irma yang telah bersedia menjadi teman setia peneliti pada penyusunan skripsi ini. Dengan berbaik hati membagikan ilmu, saran, dan waktunya kepada peneliti, sehingga memotivasi peneliti untuk mengerjakan skripsi hingga akhir.

12. Nabila Qurrota A'yun yang merupakan sahabat peneliti. Terima kasih atas waktunya, meskipun ditengah berbagai kesibukan masih bersedia untuk

menjadi tempat peneliti berbagi cerita baik senang ataupun sedih. Kemudian terima kasih pula atas segala do'a dan dukungan yang diberikan kepada peneliti, hingga peneliti sampai di tahap ini.

13. Nyoman a.k.a Isti a.k.a *Cute Girl*, Ummi, Fifi, Indah, Zainul, Dhimas, Dame, Anggun, Ari, dan Mahasiswa UNJ lainnya yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu. Terima kasih karena sudah meluangkan waktunya dan bersedia untuk memberikan bantuan informasi kepada peneliti tentang berbagai keperluan tambahan lainnya seputar penyusunan skripsi.
14. Kak Ikih sebagai kakak tingkat dari Pendidikan Sosiologi Angkatan 2017 yang telah membantu peneliti dengan berbagi ilmunya kepada peneliti selama proses penyusunan skripsi ini.

Bogor, 15 Agustus 2022

Fioreza Fahira Zahra

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
MOTTO	vi
LEMBAR PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR SKEMA	xv
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR SINGKATAN	xviii
DAFTAR ISTILAH	xix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Permasalahan Penelitian	5
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.5 Tinjauan Penelitian Sejenis	7
1.6 Kerangka Konseptual	13
1.6.1 <i>Identity Fluidity</i> Remaja di Era Digital	13
1.6.2 <i>Instagram</i> Sebagai Ruang Publik Digital	15
1.6.3 Hubungan Antar Konsep	18
1.7 Metode Penelitian	19
1.7.1 Pendekatan dan Jenis Penelitian	19
1.7.2 Subjek Penelitian	19
1.7.3 Lokasi dan Waktu Penelitian	20

1.7.4 Peran Peneliti	21
1.7.5 Triangulasi Data.....	22
1.8 Sistematika Penelitian	22

BAB II INSTAGRAM, MAHASISWA, DAN FENOMENA *SECOND*

<i>ACCOUNT</i>	24
2.1 Pengantar	24
2.2 <i>Instagram</i> Sebagai Media Sosial Populer di Masyarakat.....	25
2.2.1 Deskripsi Singkat Perkembangan <i>Instagram</i>	25
2.2.2 Tampilan dan Fitur-Fitur <i>Instagram</i>	28
2.3 Profil Mahasiswa UNJ Pemilik Dua Akun <i>Instagram</i>	33
2.3.1 YA (20 Tahun) – Pendidikan Sosiologi.....	33
2.3.2 BI (22 Tahun) – Sastra Indonesia	36
2.3.3 FH (21 Tahun) – Pendidikan Sosiologi	38
2.3.4 BA (19 Tahun) – Manajemen Pendidikan	40
2.3.5 KA (21 Tahun) – Pendidikan IPS	42
2.3.6 LK (21 Tahun) – Pendidikan Tata Rias	45
2.3.7 N (20 Tahun) – Kimia.....	47
2.3.8 KS (21 Tahun) – Pendidikan Ekonomi.....	49
2.4 Latar Belakang Penggunaan <i>Second Account</i> di Kalangan Remaja.....	55
2.4.1 Fenomena Penggunaan <i>Second Account Instagram</i>	55
2.4.2 Jenis-Jenis <i>Second Account Instagram</i> Mahasiswa.....	58
2.5 Penutup.....	63

BAB III MENCAIRNYA IDENTITAS MAHASISWA MELALUI *SECOND*

<i>ACCOUNT DI INSTAGRAM</i>	65
3.1 Pengantar	65
3.2 Aktivitas Mahasiswa Dalam Dua Akun di <i>Instagram</i>	66
3.2.1 YA: <i>First Account</i> dan <i>Second Account</i>	67
3.2.2 BI: <i>First Account</i> dan <i>Second Account</i>	72
3.2.3 FH: <i>First Account</i> dan <i>Second Account</i>	75

3.2.4 BA: <i>First Account</i> dan <i>Second Account</i>	79
3.2.5 KA: <i>First Account</i> dan <i>Second Account</i>	83
3.2.6 LK: <i>First Account</i> dan <i>Second Account</i>	85
3.2.7 N: <i>First Account</i> dan <i>Second Account</i>	90
3.2.8 KS: <i>First Account</i> dan <i>Second Account</i>	92
3.3 Implikasi Penggunaan Dua Akun <i>Instagram</i> di Kalangan Mahasiswa.....	100
3.4 Penutup.....	107
BAB IV INSTAGRAM DAN IDENTITY FLUIDITY	109
4.1 Pengantar	109
4.2 <i>Identity Fluidity</i> Mahasiswa di <i>Instagram</i>	110
4.3 Perspektif Pendidikan dalam <i>Identity Fluidity</i> di <i>Instagram</i>	118
4.4 Penutup.....	124
BAB V PENUTUP.....	125
5.1 Kesimpulan.....	125
5.2 Saran	128
5.2.1 Pemerintah	128
5.2.2 Akademisi	129
5.2.3 Masyarakat.....	129
DAFTAR PUSTAKA	130
LAMPIRAN-LAMPIRAN	135
RIWAYAT HIDUP PENELITI.....	184

DAFTAR SKEMA

Skema 1.1 Peta Penelitian Sejenis	12
Skema 1.2 Hubungan Antar Konsep.....	18
Skema 2.1 Latar Belakang Penggunaan <i>Second Account</i>	62
Skema 3.1 Implikasi Penggunaan Dua Akun <i>Instagram</i> di Kalangan Mahasiswa	107
Skema 4.1 <i>Identity Fluidity</i> di <i>Instagram</i>	117
Skema 4.2 Perspektif Pendidikan dalam <i>Identity Fluidity</i> di <i>Instagram</i>	123



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Informan Penelitian.....	20
Tabel 2.1 Profil Mahasiswa UNJ Pemilik Dua Akun <i>Instagram</i>	52
Tabel 2.2 Jenis-Jenis <i>Second Account Instagram</i>	61
Tabel 3.1 Aktivitas Mahasiswa Dalam Dua Akun di <i>Instagram</i>	97



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Gambar 2.1 Pendiri <i>Instagram</i>	26
Gambar 2.2 Tampilan Fitur <i>Home</i> di <i>Instagram</i>	29
Gambar 2.3 Tampilan Fitur <i>Explore</i> di <i>Instagram</i>	30
Gambar 2.4 Tampilan Fitur <i>Profile</i> di <i>Instagram</i>	32
Gambar 2.5 Tampilan Fitur <i>Reels</i> dan <i>Shop</i> di <i>Instagram</i>	33



DAFTAR SINGKATAN



BEM	Badan Eksekutif Mahasiswa
BSSN	Badan Siber dan Sandi Negara
CMC	<i>Computer-Mediated Communication</i>
DM	<i>Direct Message</i>
FBS	Fakultas Bahasa dan Seni
FE	Fakultas Ekonomi
FIP	Fakultas Ilmu Pendidikan
FIS	Fakultas Ilmu Sosial
FMIPA	Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam
FT	Fakultas Teknik
GWJ	<i>Global Web Index</i>
IG	<i>Instagram</i>
IG Story/ IGs	<i>Instagram Story</i>
IPS	Ilmu Pengetahuan Sosial
Medsos	Media sosial
Olshop	<i>Online Shop</i>
PKKMB	Pengenalan Kehidupan Kampus bagi Mahasiswa Baru
SD	Sekolah Dasar
SG	<i>Snapgram</i>
SMP	Sekolah Menengah Pertama
SMA	Sekolah Menengah Atas
UNJ	Universitas Negeri Jakarta
VMC	<i>Video-Mediated Communication</i>

DAFTAR ISTILAH

<i>Activity</i>	: Fitur <i>Instagram</i> yang akan memperlihatkan notifikasi berbagai aktivitas kepada penggunanya.
<i>Add Yours</i>	: Fitur <i>Instagram</i> yang akan menampilkan pertanyaan dan topik tertentu dari pengguna. Kemudian pengguna lain dapat membalasnya melalui <i>Instagram Story</i> .
<i>Archive</i>	: Fitur yang dapat menghilangkan postingan pengguna dari halaman <i>Profile</i> . Kemudian disimpan dalam bentuk arsip yang kemudian dapat dikembalikan lagi.
<i>Artstagram</i>	: Akun dengan tujuan untuk membagikan konten berupa hasil karya seni.
<i>Ask.fm</i>	: Media sosial dimana penggunanya dapat saling memberikan pertanyaan. Digandrungi remaja untuk berbagi ilmu atau informasi dan pendapat pribadi. Pertanyaan bisa diberikan secara anonim ataupun publik.
<i>BBM</i>	: <i>BlackBerry Messenger</i> adalah aplikasi layanan berbagi pesan dan melakukan panggilan sederhana yang sudah memanfaatkan internet yang disediakan untuk perangkat <i>BlackBerry</i> .
<i>Bio</i>	: Kolom yang berisi keterangan singkat mengenai informasi diri pengguna media sosial.
<i>Bookstagram</i>	: Akun dengan tujuan untuk membagikan konten yang berkaitan dengan buku.
<i>Boomerang</i>	: Fitur kolase foto yang secara otomatis akan dibentuk ke dalam video pendek.
<i>Business Account</i>	: Tipe akun profesional untuk usaha atau bisnis, merek serta produk.
<i>Caption</i>	: Teks deskripsi atau keterangan dari konten yang dikirim pengguna.
<i>Circle</i>	: Lingkaran pertemanan yang memiliki ikatan kuat antaranggota kelompoknya. Dapat terbentuk karena adanya kesamaan karakteristik antaranggota, seperti jenis kelamin, usia, status sosial dan sebagainya.
<i>Close Friend</i>	: Fitur <i>Instagram</i> dimana penggunanya dapat menyeleksi dan membuat daftar pengguna yang akan melihat postingan mereka di <i>Instagram Story</i> . <i>Story</i> yang diposting ke <i>Close Friend</i> akan memiliki tanda lingkaran warna hijau sementara <i>Story</i> yang biasa akan berwarna ungu dengan gradasi kuning-oranye.
<i>Comment</i>	: Fitur yang menjadi tempat para pengguna melakukan interaksi dengan saling berbagi komentar di bawah sebuah postingan.

<i>Computer-Mediated Communication</i>	: Komunikasi manusia yang terjadi melalui pemanfaatan media elektronik dan umumnya masih berbasis teks dan visual.
<i>COVID-19 Information Centre</i>	: Fitur <i>Instagram</i> yang memberikan layanan informasi seputar <i>COVID-19</i> .
<i>Create</i>	: Fitur <i>Instagram</i> yang menyediakan empat cara bagi para penggunanya untuk membagikan konten mereka, mulai dari <i>Post</i> , <i>Instagram Story</i> , <i>Reels</i> dan <i>Live</i> .
<i>Creator Account</i>	: Tipe akun profesional untuk konten kreator. Seperti influencer, seniman, selebgram, dan sebagainya.
<i>Credibility strategies</i>	: Strategi manajemen impresi yang bertujuan untuk memperoleh kepercayaan dari orang lain dengan memperlihatkan kompetensi, karakter dan pencapaian lain dari seseorang.
<i>Culture Schock</i>	: Respon seseorang akan unsur-unsur budaya yang berbeda sehingga ia merasa tertekan dan kesulitan untuk berperan sebagai mana mestinya di lingkungan yang baru.
<i>Dating Apps</i>	: Aplikasi yang memungkinkan penggunanya untuk mengenal orang baru dan menjalin hubungan romantis, hingga berkenan. Contohnya adalah <i>Tinder</i> dan <i>Bumble</i> .
<i>Display Name</i>	: Kolom yang memperlihatkan nama pemilik akun media sosial.
<i>Digital Natives</i>	: Kelompok masyarakat dari generasi yang sejak lahir mereka tumbuh dan berkembang bersamaan dengan era dunia digital. Generasi ini dapat dengan mudah saling berinteraksi dengan memanfaatkan teknologi sejak dini.
<i>Direct Message</i>	: Saluran pesan pribadi maupun grup antar pengguna media sosial <i>Instagram</i> .
<i>Discord</i>	: Layanan berbagi pesan untuk membentuk komunitas yang dikembangkan oleh <i>Discord Inc</i> .
<i>Edit Profile</i>	: Fitur yang memberikan kesempatan bagi pemilik akun untuk mengatur tampilan <i>Profile</i> mereka. Berisi kolom <i>Profile Picture</i> , <i>Username</i> , <i>Display Name</i> , <i>Pronoun</i> , <i>Website</i> dan <i>Bio</i> untuk menunjang informasi pemilik akun.
<i>Explore</i>	: Halaman yang menampilkan berbagai rekomendasi konten untuk pengguna <i>Instagram</i> .
<i>Facebook</i>	: Media sosial yang diciptakan oleh <i>Mark Zuckerberg</i> pada tahun 2004. Penggunaanya dapat berteman dan terhubung dengan pengguna lain dari seluruh dunia. Saat ini <i>Facebook</i> dikuasai oleh <i>Meta Platforms</i> .
<i>Filter</i>	: Fitur yang menyediakan berbagai efek pada media foto ataupun video yang akan dibagikan. Awalnya

	<i>Filter Instagram</i> mirip dengan kamera analog, namun sekarang <i>Instagram</i> sudah memiliki <i>Filter</i> yang lebih beragam.
<i>Feed</i>	: Tampilan <i>Instagram</i> yang berisi kumpulan postingan berupa foto dan video dari sebuah akun.
<i>First Account</i>	: Akun pertama yang memuat identitas personal pemiliknya. Sering juga disebut dengan istilah <i>Personal Account</i> atau <i>Main Account</i> .
<i>Following</i>	: Fitur untuk mengikuti akun <i>Instagram</i> lain sehingga seseorang bisa memperoleh informasi dari postingan-postingan terbarunya.
<i>Followers</i>	: Akun yang mengikuti seseorang di <i>Instagram</i> .
<i>Follow Requests</i>	: Permintaan untuk mengikuti akun seseorang yang memiliki mode <i>Private</i> .
<i>Friendster</i>	: Media sosial yang diciptakan oleh Jonathan Abrams dan rilis pada tahun 2002. <i>Friendster</i> dikenal sebagai situs berjejaring yang marak digunakan untuk membangun jaringan pertemanan secara online oleh masyarakat.
<i>Gifset dan Sticker</i>	: Kumpulan gambar dengan format animasi yang sederhana. Digunakan untuk memberikan dekorasi pada konten yang akan dibagikan.
<i>Hands-Free</i>	: Fitur yang memudahkan pengguna <i>Instagram</i> untuk mengambil video tanpa harus menekan tombol rekam sepanjang waktu.
<i>Hang out</i>	: Bergaul dengan teman untuk berkumpul atau berpergian ke suatu tempat.
<i>Hashtag</i>	: Tagar untuk memberikan label pada suatu konten. Hastag dapat dimanfaatkan untuk membuat pengelompokkan atau tren tertentu.
<i>Highlight</i>	: Fitur untuk mengumpulkan postingan <i>Instagram Story</i> dalam satu kategori. Sehingga <i>Story</i> tidak hilang setelah 24 jam. <i>Highlight</i> terletak di laman <i>Profile</i> tepat di bawah <i>Bio Instagram</i> .
<i>Home</i>	: Halaman utama yang akan menyambut para pengguna <i>Instagram</i>
<i>Instagram</i>	: Media sosial untuk membagikan konten berupa media gambar seperti dan video di dunia maya.
<i>Instagramable</i>	: Konten yang dianggap layak untuk dibagikan ke <i>Instagram</i> dalam bentuk foto maupun video. Umumnya bersifat estetik dan memanjakan mata.
<i>Instagram Music</i>	: Fitur <i>Instagram</i> yang dapat dimanfaatkan pengguna untuk menambahkan potongan lagu ke postingan mereka.
<i>Instagram Story</i>	: Fitur posting <i>Instagram</i> yang akan bertahan selama 24 jam. Terkadang disebut juga dengan istilah <i>IG Story/Story/IGs/Snapgram</i> .

<i>Like</i>	: Fitur yang akan menampilkan gambar hati berwarna merah sebagai bentuk apresiasi dari pengguna.
<i>Line (chat)</i>	: Aplikasi layanan berbagi pesan dan melakukan panggilan sederhana yang sudah memanfaatkan internet yang dikembangkan oleh LINE Co.
<i>Live</i>	: Fitur yang memungkinkan pengguna <i>Instagram</i> untuk melakukan siaran langsung dan berinteraksi dengan audiens.
<i>Privacy Mode</i>	: Pengaturan privasi akun seseorang di <i>Instagram</i> , yaitu mode <i>Private</i> dan mode <i>Public</i> .
<i>Multiple Account</i>	: Fitur yang berfungsi untuk membuat dua akun <i>Instagram</i> dan menggunakannya secara bersamaan dalam satu aplikasi.
<i>Mutual</i>	: Ketika dua pengguna media sosial saling menambahkan sebagai teman atau saling <i>Follow</i> maka mereka akan memiliki hubungan yang timbal balik.
<i>Online</i>	: Keadaan ketika seseorang terhubung dengan internet dan memanfaatkannya untuk melakukan berbagai aktivitas di dunia maya.
<i>Path</i>	: Media sosial yang didirikan oleh Dave Morin, Shawn Fanning, dan Dustin Mierau pada tahun 2010. <i>Path</i> menyediakan layanan berbagi pesan dan gambar yang terbatas pada 50 orang. Dengan kesan yang eksklusif, <i>Path</i> menjadi salah satu media sosial yang digemari masyarakat.
<i>Private Account</i>	: Akun dengan tujuan untuk membagikan konten yang berkaitan dengan kehidupan pribadi.
<i>Professional Dashboard</i>	: Fitur yang memberikan data informasi berupa kinerja dan perkembangan akun yang telah diolah <i>Instagram</i> untuk pengelola tipe akun profesional, seperti <i>Creator Account</i> dan <i>Business Account</i> .
<i>Profile</i>	: Halaman akun yang berisi berbagai informasi pribadi pengguna <i>Instagram</i> dan dapat dilihat juga oleh pengguna lainnya.
<i>Profile Picture</i>	: Foto profil yang akan menampilkan gambar yang dikehendaki oleh pemilik akun.
<i>Reply</i>	: Fitur untuk membalas atau memberikan komentar kepada pengguna yang akan masuk ke dalam <i>Direct Message</i> .
<i>Repost</i>	: Kegiatan memposting ulang suatu konten di media sosial.
<i>Reels</i>	: Fitur <i>Instagram</i> untuk mengedit dan membagikan video pendek dengan durasi 15-30 detik.
<i>Search</i>	: Fitur <i>Instagram</i> yang dapat dimanfaatkan untuk mencari akun, audio, tagar dan tempat.
<i>Second Account</i>	: Akun kedua yang dibuat untuk kepentingan tertentu. Biasanya identitas dan konten yang dibagikan berbeda

		dengan <i>First Account</i> .
<i>Self-concept</i>		: Berkaitan dengan segala kepercayaan dan sikap individu tentang dirinya sendiri.
<i>Self-verification</i>		: Tindakan menyesuaikan penonton dengan <i>Self-concept</i>
<i>Setting/Menu</i>		: Fitur pengaturan yang berfungsi untuk mengatur berbagai aspek tampilan akun yang ingin diaplikasikan oleh pengguna <i>Instagram</i> .
<i>Shop</i>		: Fitur yang menyediakan layanan bagi orang-orang untuk berbelanja di <i>Instagram</i> .
<i>Social Surveillance</i>	<i>Media</i>	: Konsep pengawasan masyarakat di media sosial untuk menciptakan sekaligus menjaga ruang digital yang sehat.
<i>SPAM</i>		: Konten yang bersifat tidak diinginkan oleh penerima. Di media sosial, biasanya ketika seseorang terlalu banyak memposting sesuatu, terutama jika hal tersebut tidak terlalu penting, maka akan disebut dengan <i>SPAM</i> .
<i>Stalking</i>		: Di media sosial, <i>stalking</i> merupakan tindakan yang biasanya dilakukan untuk mencari tahu lebih banyak informasi mengenai orang lain (pemilik akun) melalui jejak internetnya.
<i>Telegram</i>		: Aplikasi layanan berbagi pesan dan melakukan panggilan sederhana yang sudah memanfaatkan internet yang dikembangkan oleh Nikolai Durov dan Pavel Durov.
<i>TikTok</i>		: Aplikasi berjejaring yang dikembangkan oleh Toutiao dan ByteDance pada tahun 2016. <i>TikTok</i> berasal dari Tiongkok dan populer digunakan untuk berbagi video dan musik pendek yang diedit.
<i>Twitter</i>		: Media sosial berbasis mikroblog yang didirikan oleh Jack Dorsey, Noah Glass, Evan Williams, dan Biz Stone pada tahun 2006. <i>Twitter</i> berbasis pada layanan pengiriman informasi berbasis teks dan biasa disebut dengan istilah cuitan (<i>tweet</i>).
<i>Upload</i>		: Tindakan mengunggah file atau media dari penyimpanan pribadi ke sebuah situs di dunia maya.
<i>Username</i>		: Nama yang diregistrasikan sebagai identitas pengguna ke media sosial.
<i>Video-Mediated Communication</i>		: Bentuk komunikasi inter personal manusia yang terjadi melalui pemanfaatan media elektronik dan tidak hanya berbasis teks namun sudah berbasis konten visual, audio, maupun audiovisual.
<i>WhatsApp</i>		: Aplikasi layanan berbagi pesan dan melakukan panggilan sederhana yang sudah memanfaatkan internet yang dikembangkan oleh WhatsApp Inc.